

الملتقى العربي الثاني

التسويق في الوطن العربي

الفرص والتحديات

الدوحة – دولة قطر
6-8 أكتوبر (تشرين أول) 2003

-

تسويق الريال الإلكتروني في اليمن

أ.د. عبد الخالق أحمد باعلوي

أستاذ التسويق

كلية التجارة والاقتصاد - جامعة صنعاء

الجمهورية اليمنية

مقدمـة:

حيث أن الريال الإلكترونيE- Rial يمثل نقطة تحول وارتقاء بمستوى قطاع البريد والتوفير البريدي، وجعله متاحاً لكافة أبناء اليمن في مختلف أرجاء الوطن، وباستخدام تقنيات الشبكات الإلكترونية في تقديم الخدمات المعلوماتية والبريدية والمالية بما يمكنها من اكتساب ميزات تنافسية لهذه الخدمات في ظل المتغيرات المحلية والدولية في بيئة البريد، وربط المكاتب البريدية بشبكة معلومات إلكترونية توفر أنواع الخدمات المالية والمصرفية وبنوعية رفيعة المستوى كخدمة الريال الإلكتروني E-Rial وخدمة الحوالات البريدية وخدمة الحسابات الجارية وغيرها من الخدمات وتوسيع نطاقها لتشمل كل التجمعات السكانية حتى يستفيد المجتمع من هذه الخدمات سواء القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو الأفراد أي المجتمع كله

مشكلة الدراسة :

تتمحور مشكلة الدراسة في إنخفاض الإقبال على خدمة الريال الإلكتروني في اليمن

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحديد معوقات انتشار هذه الخدمةتحديد ملامح هذه الخدمة في المستقبل في ظل المتغيرات الدولية.

حدود مجتمع البحث :

حيث أن مجتمع البحث قد أقتصر على مدينة صنعاء، وذلك لعدة أسباب منها:

1. أن مقر وزارة المواصلات والهيئة العامة للبريد _ الجهة المصدرة للريال الإلكتروني - هو صنعاء

2. أن إصدار الريال الإلكتروني اقتصر حتى الآن على مكاتب البريد في العاصمة صنعاء

العينة :

تم اختيار عينة عشوائية من الأفراد باستخدام المعادلة التالية :

$$ع_{\%} = \sqrt{\frac{ح \times ل}{ن}}$$ ، حيث

ع ٪ = الخطأ المعياري للنسبة المئوية وهي في بحوث التسويق ±5٪ على 1.96 لأن 95٪ من مساحة المنحنى الطبيعي هي التي يعتمد عليها في هذه البحوث ويكون تقريب 1.96 إلى 2

ح = نسبة عدد المفردات التي تتوفر فيهل الخاصية أو الخصائص موضوع البحث في المجتمع

ل = 100٪ - ح

وحيث أن ح ول ليست موجودة فإنه يمكن اقتراح ح = 50٪ ومن ثم ل =50 ٪ وذلك لأن حاصل ضرب50×50=0.25 وهو أكبر حاصل ضرب عن أي حالة أخرى ومن ثم فإن حجم العينة يكون أكبر ما يمكن عندما تكون ح =0.50

ن=حجم العينة

وبالتالي بافتراض أن حدود الخطأ ±50٪ ومعامل الثقة 95٪ وح=50٪

$$\therefore \frac{5\%}{2}$$

=2.5٪

$$\therefore 2.5\% = \sqrt{\frac{0.50 \times 0.50}{ن}}$$

وبتربيع الطرفين = $(2.5)^2 = \frac{0.25}{ن}$

∴ ن = 400 مفردة

وقد تم سحب مفردات العينة من المواطنين بطريقة تحكمية وذلك لمراعاة التنوع والتباين فيها.

الدراسة الاستطلاعية :

تناولت الدراسة الاستطلاعية ما يلي :

1. الحصول على تصور عام لدى الأفراد عن مفهوم الريال الإلكتروني
2. معرفة مدى تقبل الناس في اليمن للتعامل بالريال الإلكتروني
3. معرفة معوقات انتشار الريال الإلكتروني في اليمن
4. مدى حاجة السوق اليمني للتعامل بالريال الإلكتروني

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية أمكن للباحث تحديد المسببات المحتملة لمشكلة البحث فيما يلي :

1. عدم قدرة الناس على استخدام الإنترنت
2. انخفاض الدخول في اليمن
3. عدم الثقة بالريال الإلكتروني كوسيلة للتعامل
4. عدم تهيئة المجتمع ككل للتعامل بالريال الإلكتروني وزرع الثقة لديهم كوسيلة حديثة ومأمونة للتعامل خاصة في ظل التغيرات العالمية المحيطة

فروض البحث :

تسعى هذه الدراسة لأثبات صحة الفرضية التالية :

"هناك علاقة بين وعي وثقافة الأفراد وبين مستوى التعامل بالريال الإلكتروني "

بيانات الدراسة وأسلوب جمعها:

اعتمدت هذه الدراسة على المصادر الثانوية والأولية،وبالتالي فقد تم جمع البيانات الثانوية من المراجع العلمية ونشرات وتقارير الهيئة العامة للبريد، أما البيانات الأولية فقد تم جمعها من مفردات عينة البحث عن طريق قوائم الاستقصاء التي أعدت لهذا الغرض، وقد تم إختبار قوائم الاستقصاء قبل تعميم استخدامها بالنسبة لمفردات الدراسة.

تحليل وتفسير النتائج :

بعد جمع البيانات والذي تم تحت إشراف الباحث تم تحليل وتفسير البيانات بالاعتماد بصفة أساسية على النسب المئوية لتحديد ميل المستقصى منهم نحو إجابة معينة، وقد تم كذلك الاعتماد على المنطق في تفسير البيانات بصفة أساسية.

خطة البحث :

يحتوي البحث على أربعة أجزاء هي :

الجزء الأول: مقدمة الدراسة، وفيه يتم تناول وتوضيح مشكلة الدراسة وأهدافها وحدود مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وتوضيح ما تم في الدراسة الاستطلاعية، ثم تناول فرضية الدراسة وبياناتها وأسلوب جمعها. وخطة البحث.

الجزء الثاني: نبذة عن خدمة الريال الإلكتروني، وفي هذا الجزء يتم إعطاء توضيح بسيط لمفهومي الريال الإلكتروني ومفهوم خدمة الريال الإلكتروني وإعطاء نبذة موجزة عن نشأة الريال الإلكتروني في اليمن وكذلك توضيح لأهداف هذه الخدمة ومزاياها وتجهيزاتها ومستقبلها في اليمن

الجزء الثالث: تحليل وتفسير النتائج، وفي هذا الجزء يتم استعراض نتائج الدراسة والتوصيات المتعلقة بها

الجزء الرابع: أهم النتائج والتوصيات، وفي هذا الجزء يتم استعراض أهم نتائج الدراسة وتوصياتها.

الجزء الثاني: نبذة عن خدمة الريال الإلكتروني

ماهية الريال الإلكتروني : الريال الإلكتروني (E-RIAL) هو عبارة عن حساب افتراضي Virtual account يتم تزويده عند الحاجة أو في حالة استهلاك الرصيد بواسطة اقتناء بطاقات تزويد ذات قيم مختلفة تحتوي على رقم سري يكتشفه الزبون بإزالة المادة الحاجبة التي تغطيه

مفهوم خدمة الريال الإلكتروني: تتلخص هذه الخدمة في قيام البريد بإنشاء نظام معلوماتي إليكتروني وسيط عبر موقع البريد على الشبكة العالمية للإنترنت بين المواطن والمؤسسات الخدمية يسمح للمواطنين بإجراء عمليات مالية تحويلية باستخدام شبكة الإنترنت العالمية والدخول إلى موقع البريد عبر الموقع www.post.ye وبالتالي التعامل مع تفصيلات هذا الموقع من خلال شراء بطاقة فتح حساب بالريال الإلكتروني والمتوفرة في مكاتب البريد ليصبح لدى المواطنين حساب مالي سري خاص بهم، وقد تم تنفيذ هذه الخدمة وإنزالها إلى السوق اعتباراً من 1 سبتمبر 2002م وأصبح بإمكان المواطن تسديد فاتورة الكهرباء أو المياه أو الهاتف وتحويل الأموال عبر هذه الخدمة.

نشأة الريال الإلكتروني في اليمن

وقد بدأ مشروع الريال الإلكتروني عند توقيع عقد بين الإدارة اليمنية والإدارة التونسية لادخال خدمة الريال الإلكتروني حيث شمل الاتفاق تكلفة المشروع التي بلغت 244.000ألف دولار، وقد تم إعداد تصاميم للبطاقات ووحدات الفئات والقيم لكل من بطائق فتح الحساب والتزويد كالتالي :

	بطاقات فتح الحساب			بطاقات تزويد الحساب		
الفئة	2000	5000	15000	2000	5000	15000
العدد	15000	10000	10000	30000	15000	20000
الاجمالي	-	-	-	-	-	100.000

وقد بلغت تكلفة الطباعة 32.000 ألف دولار أمريكي على أن يتولى الجانب التونسي طباعتها ويكون الكرت بسعر 20 سنت أمريكي، وقد تم تجهيز ثلاثة مكاتب مع أجهزة

كمبيوتر للأخوة الخبراء وعمل الشبكتين الداخلية المعلوماتية والكهربائية للأجهزة وتجهيز خطين (LEASED LINE) بسعة 128 ميغابايت وعمل الفحص والتجارب من قبل المختصين في الإدارة العامة للإنترنت، وتم تحديد ثمانية (IP Address) للمواقع التالية

- نظام الدفع بالريال الإلكتروني www. e-rial post Ye
- موقع الطوابع البريدية www. e -estamps.post.te
- موقع تسديد الكهرباء والمياة والهاتف www.e-bill.post.Ye
- موقع الحوالات البريدية عبر الإنترنت post.Ye/money order.www.e-rial

وقد تم تركيز المواقع المشار إليها أعلاه في الهيئة في مركز الكمبيوتر السابق بالهيئة وتمت الاستضافة للموقع لدى الإدارة العامة للإنترنت وعمل صفحة للموقع wwwl.post.Ye وذلك لتسهيل مهمة المستخدم ولسهولة حفظ الموقع وإمكانية الدخول للخدمات التي تعرضها الهيئة، وقد تم صرف الاعتماد المستندي للجانب التونسي من قيل اليمن بحسب العقد على دفعات شهرية والمتبقي فقط دفعة واحدة وقد تم تدريب القسم التجاري على الأعمال المناطة بهم مالياً وإدارياً، وتدريب القسم الفني على التشغيل وبعض الأمور الفنية وعمل (Back Office) لنظام الريال الإلكتروني في تونس بحسب ما ينص عليه العقد على أن يتم موافاة الإدارة التونسية بتقرير عن الصعوبات والمشاكل التي تواجه العمل وقد تم التواصل مع الجهات المستهدفة كالمؤسسة العامة للكهرباء وشركة سبأفون وشركة سبيستل ومراكز الإنترنت ومكاتب البريد بأمانة العاصمة لتعريفهم عما تم القيام به وكيفية التعامل والأجرات الفنية والمالية وقد تم صرف بطاقات الريال الإلكتروني لمكاتب بريد الأمانة كمرحلة أولى لتصيح الخدمة في متناول المواطنين

أهداف خدمة الريال الإلكتروني : انطلاقا من التحديات والتطوير والعمل على مواكبة الثورة المعلوماتية واستغلال التكنولوجيا في خدمة المجتمع والمساهمة في دعم الاقتصاد الوطني من خلال تحصيل المستحقات للمؤسسات والمصالح الحكومية عن بُعد، أخذت خدمة الريال الإلكتروني منحنى التطبيق الفاعل في اليمن إذ قام البريد بإنشاء نظام معلومات إليكتروني وسيط بين المواطن والمؤسسات الخدمية والتجارية

مزايا خدمة الريال الإلكتروني :

أولا: بالنسبة للمواطن : يستطيع المواطن فتح حساب وتزويد الحساب من خلال هذه الخدمة وبواسطة استخدام شبكة الإنترنت الدخول إلى مواقع البريد عن طريق إدخال رقم البطاقة وإدخال الرقم السري، وبهذا يقوم النظام بإدخال المبلغ المالي المدون على الكرت حيث يقوم البريد ببيعه وتحصيل قيمته مسبقاً، وبهذه الخدمة يستطيع أي مواطن استعراض الجهات الممكن التعامل معها عبر خدمة الريال الإلكتروني بالدخول إلى موقع البريد من منزله أو من أي مقهى إنترنت دون الحاجة للذهاب إلى هذه المؤسسة أو تلك أو حتى الوصول إلى مكتب البريد وعلى مدار 24 ساعة يومياً.

ثانياً: بالنسبة للمؤسسات والشركات : أما الاستفادة التي ستجنيها المؤسسات والشركات التي ستشترك في هذه الخدمة فتتمثل في :

- اختصار الدورة المستندية داخل المؤسسة
- توفير عمالة كبيرة ونفقات ستنفقها هذه الجهات في عملية التحصيل

 تدفق المعلومات والبيانات الخاصة بالمبالغ المحصلة لصالحها بشكل مستمر وبالأحرى في نفس لحظة التسديد وتقدم هذه الخدمة حاليا العديد من التسهيلات منها :

- التسوق والتسديد عن بُعد عبر الإنترنت حيث يمكن للمواطن أو المؤسسة أو الشركة :
- تسديد فواتير الهاتف
- تسديد فواتير الكهرباء
- تسديد فواتير المياه

- تسديد فواتير الهواتف النقالة
- تسديد الاشتراكات لخدمة الإنترنت
- إرسال الحوالات البريدية العاجلة
- شراء الطوابع البريدية وطوابع الهواة

تجهيزات الخدمة : حتى يتم تقديم هذه الخدمة بسهولة ويسر وبأمان تم عمل التجهيزات التالية :

- شبكة إنترنت خاصة بالهيئة العامة للبريد
- مواقع خاصة بالتحصيل مرتبطة بالجهات ذات العلاقة
- موقع خاص بالطوابع البريدية وطوابع الهواة
- من أجل الحماية والضمان تم الحصول على شهادة من شركة verisign

ويمكن الحصول على بطاقة الريال الإلكتروني " e- Rial بطريقة سهلة للغاية حيث تتوافر في مكاتب البريد وجهات التوزيع والبيع، وهي – أي البطاقة – موضوعة على ذمة العموم أي أن كل شخص سواء لديه أو ليس لديه حساب جاري بريدي أو مصرفي يمكنه الاستفادة من وسيلة الدفع الإلكتروني هذه.

مستقبل خدمة الريال الإلكتروني في اليمن : مازالت هذه الخدمة في بداية الطريق وتواجه في الوقت الحالي العديد من الصعوبات لعل أهمها إنخفاض وعي المواطن في كل المستويات، والدليل على ذلك إنخفاض عدد العملاء، فعملاء هذه الخدمة لا يتجاوز 200عميل حتى وقت إعداد هذه الدراسة وذلك لعدة أسباب سنتكلم عنها في الجزء القادم من هذه الدراسة، ومع ذلك فالآمال قائمة خاصة لدى المسؤليين في وزارة المواصلات والهيئة العامة للبريد ودليل ذلك التوسعات المحتملة لهذه الخدمة في اليمن كالريال الإلكتروني الدولي. وسيساعد على إنتشار هذه الخدمة ما تقوم به وزارة المواصلات من جهود كبيرة في سبيل محو أمية الكمبيوتر في اليمن من خلال مساهمتها في جعل كل موظف يمتلك جهاز كمبيوتر وذلك عن طريق بيعها إياه بالتقسيط وذلك بضمان محل عمله.

الجزء الثالث : تحليل وتفسير النتائج

ما يلي عرض لنتائج الدراسة التي تم التوصل إليها مع محاولة تفسيرها :

أوضحت الدراسة مايلي :

1. أن 70٪ من المستقصى منهم (280 مفردة) لم يسمعوا بخدمة الريال الإلكتروني، وأن 80٪ من الباقي – الذين سمعوا بهذه الخدمة – قد سمعوا بها بطريق الصدفة من الأصدقاء وهذا بعني أن هناك نسبة كبيرة من المجتمع لم يسمعو بها أصلا وأن الذين سمعوا بها30٪ سمعوا عن طريق وسائل الإتصال الشخصي – الأصدقاء- وبطريق الصدفة، وهذا مؤشر على ضعف نشاط الترويج لهذه الخدمة، ومن المعلوم أن المنتج الجيد لا يبيع نفسه بنفسه بل لابد من الترويج له فما بالك بمنتج جديد ينزل للأسواق اليمنية لأول مرة.
2. أن 324 (81٪) من المستقصى منهم لا يجيدون استخدام الإنترنت، وقد أفاد هؤلاء أن ذلك يرجع لعدم المعرفة بالإنترنت (54٪) أو عدم وجود الخبرة الكافية (46٪) أو انخفاض الدخل (60٪)أو عدم الاهتمام بالإنترنت أصلاً (30٪)، ويلاحظ أن انخفاض الدخل يعتبر سبب رئيسي لعدم استخدام الإنترنت يليه عدم المعرفة بكيفية استخدام الإنترنت
3. أفاد 76مفردة (19٪ من المستقصى منهم) وهم الذين يجيدون استخدام الكمبيوتر بأن 30٪ منهم فقط يستخدمون الريال الإلكتروني أي حوالي 23مفردة فقط وعندما سألناهم عن سبب عدم استخدام الريال الإلكتروني –مع ملاحظة أن مستخدمي الريال الإلكتروني يبلغ حتى وقت إعداد هذا البحث 200 مفردة فقط - في التعامل أجابوا بأن هناك عدة أسباب منها ما يلي :(1) عدم الثقة بالريال الإلكتروني (9٪)، وعدم المعرفة بالتعامل بالريال الإلكتروني(50٪) داخل السوق اليمني، بينما يرى 9مفردات (41٪) بأن ذلك يرجع لعدم الحاجة حتى الآن للتعامل بالريال الإلكتروني .

ونحن نرى أن ذلك يرجع لعدم تهيئة الناس نفسيا وحسيا بالوسيط الجديد في التعامل وبسبب التعود على الأساليب القديمة في التعامل ودفع المستحقات كالتعود على الدفع يدا بيد وأخذ سند باليد مختوم بختم الجهة المُتعامل معها والانتظار والوقوف في طابور وغير ذلك كالخوف من فقدان الكارت.

4. أفادت 20 مفردة – من 23 مفردة - أن للريال الإلكتروني عدة مزايا منها :

- السرعة 90٪ في التعامل
- السهولة في الأداء 80 ٪
- السرية 70 ٪
- استخدام لغة العصر 50 ٪

5. لاحظ الباحث أن بعض مستخدمي الريال الإلكتروني يستخدمون هذه الخدمة للتباهي أمام الآخرين بالإضافة إلى المزايا الأخرى.

الجزء الرابع : أهم النتائج والتوصيات

أولا: أهم النتائج :

نستخلص مما سبق ما يلي :

1. أن انخفاض الوعي لدى المواطنين أدى إلى انخفاض الإقبال على خدمة الريال الإلكتروني إذ يبلغ عدد المستخدمين للريال الإلكتروني 200 مستخدم حتى وقت إعداد هذه الدراسة وهذا يؤكد صحة فرضية البحث .

2. أتضح أن غالبية الناس (81٪ من عينة الدراسة) حتى في المستوى الجامعي لا يجيدون استخدام الإنترنت، وهو من مقومات هذه الخدمة، ويرجع ذلك لعدة أسباب من أهمها انخفاض الدخل (60٪) يليه عدم المعرفة بكيفية استخدام الإنترنت (54٪)

3. أتضح أن 70٪ من عينة الدراسة لم يسمعوا بهذه الخدمة، وهذا يعني أن فئة كبيرة من الناس لم يتعرضوا لأي وسيلة من وسائل الترويج –كالإعلان – حتى الآن. وأن غالبية الناس الذين سمعوا بها قد تم ذلك عن طريق الأصدقاء وبالصدفة.

ثانيا – التوصيات :

1. عمل سياسة ترويحية فعالة بحيث تشمل :

- الإعلان بكافة وسائل الإعلان المقرؤة والمسموعة والتركيز على الفئات المستهدفة وهم الفئات الأكثر وعيا وثقافة وقدرة على استخدام خدمة الريال الإلكتروني مثل :

  - الأجانب المقيمون في اليمن، وهنا يمكن استخدام شبكة الإنترنت نفسها كوسيلة للإعلان واستخدام القنوات الفضائية واستخدام المجلات والصحف الصادرة باللغة الإنجليزية.
  - رجال الأعمال والأطباء والمهندسين والفنيين والمقاولين وغيرهم .

- النشر في كافة وسائل النشر المختلفة
- تحفيز موظفي مكاتب البريد – باعتبارهم موظفي بيع لدى الهيئة العامة للبريد – بوسائل الحفز المختلفة كالعمولات وغيرها.
- التركيز في الحملة الإعلانية عن الريال الإلكتروني على اختيار التوقيت اللائم للحملة كأن تكون مكثفة عند فترات تسديد المستحقات المختلفة كمستحقات الكهرباء والمياه وغيرها فتح

ملفات لكل المستخدمين القدماء للريال الإلكتروني وعندما يتقدم أحد العملاء الجدد لطلب هذه الخدمة يُستفسر عن مصدر معرفته بالريال الإلكتروني فإذا كان المصدر هو أحد المستخدمين القدماء يتم تسجيل هذه الحادثة في ملف العميل الجديد والقديم حتى عندما يطلب العميل القديم هذه الخدمة يتم إعطائه خصم معين مقابل العميل الجديد.

2. نشر الوعي بأهمية استخدام الإنترنت وذلك من خلال عدة خطوات منها تدريس مادة الكمبيوتر في المدارس الثانوية والجامعة بما في ذلك تعلم كيفية استخدام شبكة الإنترنت وعمل برنامج تحفيزي لربط شبكة الإنترنت في المنازل كعمل مسابقة خاصة بمستخدمي شبكة الإنترنت في اليمن.

3. وضع برنامج تحفيزي لدافعي المستحقات عن طريق الريال الإلكتروني كأن يحصل الفرد أو الجهة الدافعة بواسطة هذه الخدمة على خصم معين.

4. عمل رسالة إعلانية مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة باستخدام الريال الإلكتروني وتوضيح مزايا الدفع بالريال الإلكتروني.

5. تشجيع مقاهي الإنترنت ونشرها في كل محافظات اليمن ودعمها من قبل الهيئة العامة للبريد ، فمما لاشك فيه أن لاستخدام شبكة الإنترنت عيوب ومساوئ خاصة في اليمن ولكن علاج تلك العيوب لا يتم عن طريق المحاربة بل يحتاج ذلك إلى وقت مع الرقابة من الأسرة غير المباشرة وخلق الوعي لدى المجتمع بأهمية الاستخدام السليم لشبكة الإنترنت كقناة معلوماتية عالمية وتعظيم فوائدها على المجتمع ككل.

المراجع :

1. موقع الريال الإلكتروني ye. post.www.e-rial
2. كشوفات وتقارير ونشرات إدارة الحسابات النقدية بالهيئة العامة للبريد
3. الخطة الإعلانية للهيئة العامة للبريد.
4. Philip Kotler & Gary Armstrong , prentice – hall Inc.Englewood Cliffs.NJ,1987.